

Bijverkopen bij click & collect doe je zo

20-08-2015 12:41

New Look boert goed. Niet alleen schoten de omzet en winst in het afgelopen gebroken boekjaar omhoog, ook op het gebied van click & collect laat de modeketen mooie cijfers zien. Liefst een kwart van de afhalers koopt wat extra's in zijn winkels, ver boven het gemiddelde in zijn branche.

In de modesector koopt namelijk nog geen één op de tien click & collectors wat extra's in de winkel waar hun bestelling klaarligt. 9,4 procent van de klanten om precies te zijn, weet onderzoeksbureau Verdict. Wat is dan het geheim van New Look? Dat is er eigenlijk niet, vertelt topman Anders Kristiansen in Retail Week. De modeketen probeert het alleen zo makkelijk mogelijk te maken voor klanten die hun online bestelling af komen halen.

New Look heeft geen ambitie om consumenten langs zoveel mogelijk schappen te laten lopen op weg naar de afhaalbalie. Dat staat schril in contrast met de strategie van House of Fraser, die slechtlopende afdelingen voorziet van een click & collect-punt om daar meer bezoekers te trekken. Of de Bijenkorf in Amsterdam, waar de servicebalie zich op de vijfde verdieping bevindt. "We laten consumenten niet de hele winkel doorlopen", zegt Kristiansen. "We willen het juist zo efficiënt mogelijk maken voor de klant om hun bestelling af te halen."

Impulsaankopen

Het succes van click & collect bij New Look is daarmee nog niet verklaard, denkt analist Honor Westnedge van Verdict. De Britse retailer profiteert volgens haar van de lage prijzen in combinatie met de fast fashioncultuur. "Klanten van New Look komen binnen en zien fast fashionitems en gaan over tot een impulsaankoop. Wanneer ze iets gaan afhalen, zijn consumenten geneigd een product te kopen dat ze diezelfde avond nog denken te dragen."

Verder helpen de accessoires richting de kassa het percentage bijverkopen omhoog, denkt Westnedge. "En ook het feit dat de schoenen laaggeprijsd zijn stuwt de omzet." Kledingretailers die hogere prijzen hanteren zullen volgens haar meer moeite moeten doen om klanten aan te moedigen wat extra's te kopen.

New Look baseert zijn cijfers op onderzoek onder zijn eigen klanten, maar weet niet welke producten goed zijn voor bijverkoop. De modeketen gaat daar wel achter proberen te komen, vertelt Kristiansen. Het past namelijk allemaal in de strategie om het 'online' klanten zo makkelijk mogelijk te maken. De topman ziet ook brood in het openen van meer speciale afhaalpunten voor online bestellingen in de winkels, zodat ze niet in de rij hoeven te staan.

Personeel

New Look zet zijn winkelmedewerkers niet in om meer bijverkoop te realiseren. De retailer laat liever zijn producten spreken, zegt Kristiansen. Maar dat is eigenlijk alleen omdat het personeel geen flauw benul heeft wat er in die pakjes zit die klanten komen afhalen. "Maar in de toekomst moeten we het systeem kunnen vragen om bijpassende producten. Zodat klanten die een jurk hebben gekocht van de winkelmedewerker te horen krijgen welke schoenen daar goed bij horen."

Een ander, actueel vraagstuk is de prijs die gevraagd wordt om online bestellingen af te halen. Uit de woorden van zijn topman zou je kunnen opmaken dat click & collect gratis is bij New Look, maar dat is niet helemaal waar. Dat is het pas boven de twintig pond, bij elk bedrag daaronder betalen klanten vier pond (meer dan vijf euro). Daarmee bevindt New Look zich in hetzelfde schuitje als landgenoten House of Fraser en Tesco, die onlangs de 'fee' nog verhoogden.

Plannen om het gratis te maken heeft New Look niet, wel om de levering te versnellen. Waar klanten nu nog drie tot vijf werkdagen moeten wachten, liggen bestellingen binnenkort misschien al de volgende dag in de winkel. “Dat testen we momenteel en we bekijken een mogelijke uitrol”, vertelt cfo Mike Iddon. “Ik denk dat het voor meer orders zorgt en dus ook meer uitgaven in de winkel.”

Die keuze zou marketingmanager Alvar Piepers van Paazl niet gemaakt hebben. Uit [meerdere onderzoeken](#) blijkt volgens hem dat de behoefte van klanten aan click & collect vooral een behoefte aan gratis lijkt. Zijn tip is om click & collect-orders vooral mee te sturen met de reguliere winkelbevoorrading om toch gratis te kunnen leveren. “Volgens mij wil de consument best iets langer wachten in ruil voor gratis levering.” Al is het de vraag of New Look die tip nog meekrijgt, voordat het uit ons land is [vertrokken](#).